5G 技术在新闻生产中的实践应用

陈雨潇
（河南大学 欧亚国际学院，河南 开封 475000）

摘 要：5G 技术的发展带来了新闻理念的变革，由过去的“受众中心”变为了“用户中心”，由“分众”理念转向个性化定制，而且新闻价值的内涵也发生了转变。随着 5G 技术的进一步发展，各大媒体积极搭建 5G 融媒体平台，将 5G+4K 技术应用于视频直播中，将 5G+VR、5G+AR 技术应用于新闻生产中，带来了新闻生产领域的巨大变革。5G 技术在促进新闻生产领域变革的同时也使得行业竞争呈白热化趋势，信息传播环境受到影响，网络信息安全问题更为严峻。通过分析 5G 技术为新闻生产领域带来的挑战，指出其在新闻生产领域中的发展方向，以期促进其在新闻生产领域的发展，带动我国新闻事业的进步。

关键词：5G 技术；新闻生产；用户中心；视频直播；4K；VR；AR；网络安全　　**中图分类号：**G20　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）01-030-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.01.006
本文著录格式：陈雨潇 .5G 技术在新闻生产中的实践应用 [J]. 中国传媒科技，2021（01）：30-32.

导语

5G 技术是新一代的移动通信技术，无论是在传播速度还是传播质量上都得到了很大的提高，不仅可以满足人们对网络输送速度的要求，而且可以满足人们对高质量信息的需求，同时为人们带来了海量的信息，满足了受众日益增长的信息需求。将 5G 技术应用于新闻传播领域也给新闻生产带来了变革，对于提升新闻生产的速度以及新闻报道的真实性来说具有重要意义。虽然 5G 技术的发展为新闻生产领域带来了行业竞争日趋白热化等问题，但是在未来，传媒行业可以通过科学布局行业发展、维护信息传播环境、强化网络信息管理等方式促进 5G 技术在新闻生产领域的进一步发展。

1. 5G 技术带来的新闻理念变革

1.1　由“受众中心”变为“用户中心”

所谓的“受众中心”是指新闻传播机构在进行新闻生产的过程中充分考虑受众的真实需求，以满足受众的需求为己任，进而形成自己的核心受众群，扩大市场空间，实现盈利。但是随着网络技术的进一步的发展，尤其是 5G 时代的到来，“受众”已经不能完全概括网络群体对海量信息以及个性化信息的需求，“用户”才能充分体现出网络群体在 5G 时代的信息需求。[1] 所谓的“用户中心”是指新闻媒体在网络中进行信息传播时要充分考虑到不同群体的不同需求，从而满足他们的个性化需要，同时以用户为中心更加注重强调用户在新闻生产中的参与性以及互动性。以新华社手机客户端为例，“用户中心”在新华社手机客户端的体现主要表现在其为用户开启了场景化体验，在强化新闻真实性的同时满足了用户的视觉需求。例如，每年春天都会有成千上万的人去武汉大学赏樱花，但是突如其来的疫情使得这一美景无人观赏，新华社在武大樱花盛开时节开启了“云直播”，使得全国人民都可以通过新华社客户端欣赏武大樱花美景，这在丰富了人们日常生活的同时提升了用户的视觉审美。

1.2　由“分众”理念转向个性化定制

“分众”是指受众并不是同质的、孤立的个人集合体，而是具备了社会多样性的人群。分众观的出现是因为随着网络技术的发展，人们获取信息的渠道增加，其不再单纯地依赖于大众传媒，受众可以在网络中获取自己需要的信息，而新闻媒体为了在新时代下重塑媒体权威、掌握舆论话语权开始尊重受众的个性化需求，满足不同受众群体的不同需求。但是在 5G 时代下，仅是尊重受众的个性化需求是远远不够的，还需要进行个性化定制。个性化定制是指新闻生产要逐步面向单个用户，力求满足用户个人的信息需求。例如，新华社客户端首页分为要闻、学习、时政、国际等多个频道类型，用户可以根据自己的喜好选择不同的新闻频道进行浏览，而且新华社客户端可以根据用户的浏览记录推测出用户的喜好，并及时为用户推荐相应的新闻信息，以此来满足用户的信息需求。同时新华社手机客户端还增加了“关注”栏目，用户可以关注不同的订阅号获取信息，以此满足自身多样化的信息需求。虽然我国新闻媒体的个性化定制还处于初级阶段，但是在 5G 技术的加持下个性化定制将会进一步的发展。

1.3　新闻价值内涵发生转变

新闻价值是一则消息能否成为新闻的重要评价标准。在传统的新闻行业中，新闻价值主要表现在其是否具备时新性、重要性、接近性、显著性以及趣味性，但是在 5G 时代，新闻价值的内涵发生了改变，新闻的“时新性”需求转变为了“及时性”需求。新闻的时新性是指时间新，即新闻要报道新近发生的新闻事实，任何“明日黄花”都不能满足时新性的需求，当然也不能成为新闻。在大众传媒时代，由于受到技术等条件的限制，新闻的时效性体现为对“昨日新闻”的报道，但是在 5G 时代，这种“时新性”要求转变为了“及时性”，即任何新闻事件

只要发生就要以最快的速度进行传播。[2] 例如，在新疆喀什地区疏附县新增 137 例无症状感染者后，主流媒体迅速做出反应，“央视新闻”于 22：47 发布相关信息以提高人民群众的警惕。5G 时代的新闻报道之所以能实现及时性，在很大程度上是因为新闻传播不再依赖于专业的新闻工作者，任何新闻事件的亲历者都可以成为新闻的原始传播者。

2. 5G 技术在新闻生产中的实践应用

2.1　5G 融媒体平台的搭建

融媒体平台是在媒体融合发展背景下出现的一种新型传播平台，随着 5G 时代的到来，融媒体平台有了新的发展方向，呈现出了新的特点。融媒体平台是指将各种不同类型的媒体通过聚集或者内控等形式集中到一起进行“一次采集，多种生成，多元发布”，建设融媒体平台可以在很大程度上提升主流媒体的影响力，是主流媒体迎接新媒体挑战的重要举措。融媒体平台的运行对网络速度要求较高，其需要在短时间内生成并传播大量的信息，如果没有极佳的网络速度作为支撑，很难切实提升融媒体平台的效率。5G 的数据速率得到了大幅度地提升，其下载速度为 1Gbps，远快于 4G 网络的 100Mbps，5G 时代的到来为搭建融媒体平台提供了基本的技术支持，这就使得搭建 5G 融媒体平台成为可能。例如，《人民日报》在 5G 时代构建的“中央厨房”模式在很大程度上提升了其作为传统媒体的工作效率，利用 H5 页面、新媒体客户端等进行信息传播不仅可以提升信息传播的效率，而且可以满足用户的信息需求。

2.2　5G+4K 在视频直播中的应用

4K 是指高清视频传播，利用 4K 技术进行视频直播可以提升用户的视觉感受，进而达到较好的传播效果。但是高清视频直播需要极快的网络传输速度，否则会降低画质效果甚至出现卡顿现象，从而影响用户的观看体验，所以在 4G 时代新闻媒体进行现场直播时为了保证直播过程的流畅度鲜少采用 4K 技术。随着 5G 时代的来临，5G 技术以稳定的传输信号以及较快的传输速度赢得了新闻媒体的青睐，其从诞生之初就被应用于新闻传播领域，为其带来了巨大的变革。在 2019 年国庆阅兵期间，央视转播阅兵现场时采用了 5G+4K 的新兴技术，极大地提升了视觉效果，各种在线上观看阅兵仪式的群体获得了极佳的视觉体验，这在很大程度上有利于促进我国新闻直播的进一步发展。自 2019 年国庆阅兵之后，5G+4K 的视频直播模式在新闻媒体中普遍使用，也得到了广大用户群体的追捧。目前央视网开拓了专门的“4K 专区”吸引网民群体的注意力，如《飞向月球》《如果国宝会说话》等都是利用 4K 技术录制的节目内容，以期通过对新技术的采用提升人们的观赏感受。[3]

2.3　5G+VR 在新闻生产中的应用

VR 技术即虚拟现实技术，其可以利用科技手段创造一个与现实世界完全不同的新世界，丰富事物的表现形态。5G 时代的到来为 VR 技术的大规模商用创造了前提条件，新闻媒体在新闻生产过程中强化了对 VR 技术的使用，从而强化了用户对新闻事件的理解。过去，媒体在进行新闻事件报道时通常是借助文字、语音或者视频的形式，这虽然可以在一定程度上帮助用户知晓新闻事件的来龙去脉，满足他们的信息需求，但是文字以及语音无法让用户产生现场感，而通过视频形式展示新闻事件的现场画面虽然可以在一定程度上强化用户的现场感，但是无法营造“在场感”。新闻媒体在进行新闻报道时积极引用 VR 技术可以精确还原新闻事件的现场情况，用户只需借助专业设备就可以进入“新闻现场”进行互动，这有助于营造“在场感”，体现网络时代用户“我是主体”的意识，同时可以提升新闻报道的真实性。例如在 2019 年五四青年节之际，一台特殊的“时光穿越机”出现在各大高校，学生可以在这台“时光穿越机”中以电话的形式与鲁迅等名人对话，而这台“时光穿越机”就是利用 VR 技术创造了一个虚拟的世界，以此实现大学生与名人之间的沟通交流。[4]

3. 5G 技术给新闻生产领域带来的挑战

3.1　行业竞争呈白热化趋势

新闻媒体在 5G 时代面临着严重的生存危机，尤其是自媒体的出现在很大程度上挤占了传统媒体的生存空间，这就迫使传统媒体进行转型与融合发展。传统主流媒体在互联网时代并不能依靠自己的媒体身份拥有舆论话语权，其必须在熟悉网络环境以及网民群体特征的基础上适应网络社会的发展，以此重塑媒体的权威，而传统媒体在转型发展的过程中存在着激烈的竞争，这已成为不争的事实。网络时代的一大典型特征就是拥有海量信息，在网络时代人们获取信息的途径增加，注意力有限的用户只能在其中选择自己需要的信息，所以如何形成自己的核心受众群，争夺用户的注意力进而扩大市场空间就成为了媒体转型发展中必须面对的问题。5G 技术的发展使得主流媒体、自媒体、商业媒体之间的界限变得模糊，为了获取利润、实现盈利，所有媒体都需要不断调整自己的经营方针以争夺用户的注意力，这就使得媒体行业竞争呈现白热化趋势。[5]

3.2　信息传播环境受到影响

5G 时代是“用户中心”的时代，用户获取信息不再依赖于大众媒体，不再被动、单向地接收信息，而是可以随时随地在网络中搜索自己需要的信息，并且用户可以在网络平台中通过留言等形式与媒体进行互动，甚至广大的用户群体可以通过自媒体、短视频直播平台等成为新闻信息的传播者。网络技术是一把双刃剑，其在提升用户群体地位的同时也带来了一系列问题，影响了信息传播的环境。时效性是新闻的生命，在互联网时代各媒体之间对时效性的激烈竞争导致大量虚假新闻以及反

转新闻的出现。所谓的虚假新闻是指新闻报道中具有大量与实际情况不符的细节的新闻。随着新闻从业者素质的提升，一般来说其故意造假的情况较少，多数情况下是由于片面追求时效性而忽略了信息审核导致的。反转新闻是指在新闻事件发生之初，广大的新闻工作者在时效性以及经济价值的驱动下未调查清楚事件的真相就进行报道，从而在社会上引起大范围的关注，但是随着时间的推移，事件真相逐渐显露，新闻媒体在后续报道中出现与最开始完全相反的报道。[6] 无论是虚假新闻还是反转新闻都造成了媒体公信力的下降，不利于在全社会范围内以及网络空间中营造一个良好的信息传播环境。

4. 5G 技术在新闻生产领域的发展方向

4.1 科学布局行业发展

针对行业竞争呈白热化趋势的问题，媒体行业应该做到科学布局行业发展。首先，传统媒体应该加快融合发展的步伐，形成规模效应。媒体融合分为聚集型和内控型，但无论是哪种形式的融合都可以达到整合传播资源、提升传播效率的重要作用，所以传统媒体应该通过组建新闻集团或者构建融媒体平台的模式加快融合步伐，提升传统媒体的影响力以及公信力，从而在激烈的市场竞争中占据稳定的份额。其次，无论是传统媒体还是自媒体都应该确立自己的核心受众群，从而实现经济目标。核心受众群是指固定地对某一媒介保有兴趣的人，新闻媒体在发展过程中确立自己的核心受众群从表面上看是缩小了市场空间，但实际上任何综合性的新闻产品都只有少数人在阅看，专业性的新闻产品往往能受到一定领域内群体的欢迎，从而带来较好的经济效果，而且网络时代是一个小众化时代，大众化的传播方式不适合网络社会的发展，所以新闻媒体应当通过制定经营方针等方式确立自己的核心受众群。[7] 最后，新闻媒体应该积极借用新兴科技提升影响力。新闻媒体在进行新闻报道时积极利用新兴科技不仅可以提升新闻生产的效率，而且可以吸引用户的注意力，所以新闻媒体应该强化 5G+4K 在新闻直播的使用，强化 VR、AR 在新闻报道中的使用，与此同时积极搭建借助 5G 技术的融媒体平台。

4.2 维护信息传播环境

在 5G 时代，为了维护用户群体对新闻信息的知情权就需要维护信息传播环境。首先，新闻工作者应该回归于追寻事件真相本身。在新媒体时代之所以会出现大量的虚假新闻以及反转新闻，在很大程度上是因为新闻工作者在激烈的时效性竞争下不注重核查事实，仅根据事情的表面现象或者是道听途说的信息撰写新闻，从而造成新闻失实。“离我们最近的是真实，离我们最远的是真相”，新闻真实是指新闻报道中的每一个细节都经得起事实的检验，但是局部真实并不代表整体真实，新闻工作者在进行新闻报道的过程中即使做到了细节真实也会造成整体失实的结果。而追求新闻事件的真相，挖掘新闻事件背后的原因是满足用户对新闻事件知情权的重要途径，所以在激烈的市场竞争中，新闻媒体工作者也应该回归追寻事件真相本身，以真实的新闻报道提升新闻媒体的公信力，进而赢得用户群体的青睐。[8] 其次，新闻工作者应该提升自身的职业素养。新闻工作者拥有较高的职业素养对于维护新闻的真实性是至关重要的，如果缺乏职业素养就很难在各种外在诱惑因素下坚持追寻新闻的真相。5G 技术的快速发展使得每个人都可以用更短的时间在网络中搜索到自己需要的信息，广大的新闻工作者也借助这种便利条件在网络中发现新闻线索，但是新闻线索只是新闻事件的雏形，需要记者通过后期调查才能获得对新闻事件的整体认知，而很多新闻工作者在得到新闻线索后并非不进行相应的调查，只是对网络中的各种信息“捕风捉影”，撰写新闻报道，由此造成了新闻失实。因此，在时效性要求以及获取经济利益的压力下，新闻工作者若想提升自己的职业素养就需要明确职业目标，在物欲横流的世界里回归新闻本身。媒

参考文献

[1] 刘衍钊 .5G 技术给新闻生产和传媒业带来的挑战与对策 [J]. 新闻研究导刊，2020，11（18）：233-234.

[2] 李文伟 .5G+AI 技术在融媒体生产中的应用实践 [J]. 现代电视技术，2020（06）：66-71.

[3] 柳杨 . 工具理性与价值理性：技术驱动下新闻生产的重构与反思 [D]. 北京：中国社会科学院研究生院，2020.

[4] 姚莉 . 区块链媒体实践及对传媒行业发展的作用 [J]. 中国传媒科技，2019（11）：17-19.

[5] 陈霖，唐家佳 .5G 时代，新闻何为 [J]. 传媒观察，2019(08)：13-19.

[6] 汤嘉旸 . 虚拟现实（VR）新闻生产困境与对策 [D]. 杭州：浙江大学，2019.

[7] 陈丽云 . 人工智能时代新闻内容生产的变革 [D]. 重庆：西南政法大学，2019.

[8] 李沁，徐诚，赵凡瑜 . 技术、传播与社会：中国主流媒体融合发展路径——以长三角地区 12 家主流媒体为例 [J]. 中国人民大学学报，2020，34（03）：132-141.

作者简介：陈雨潇（2001-），女，河南信阳人，河南大学 欧亚国际学院，播音与主持艺术专业 2018 级本科生在读，研究方向：新闻传播、播音主持。

（责任编辑：张晓婧）